

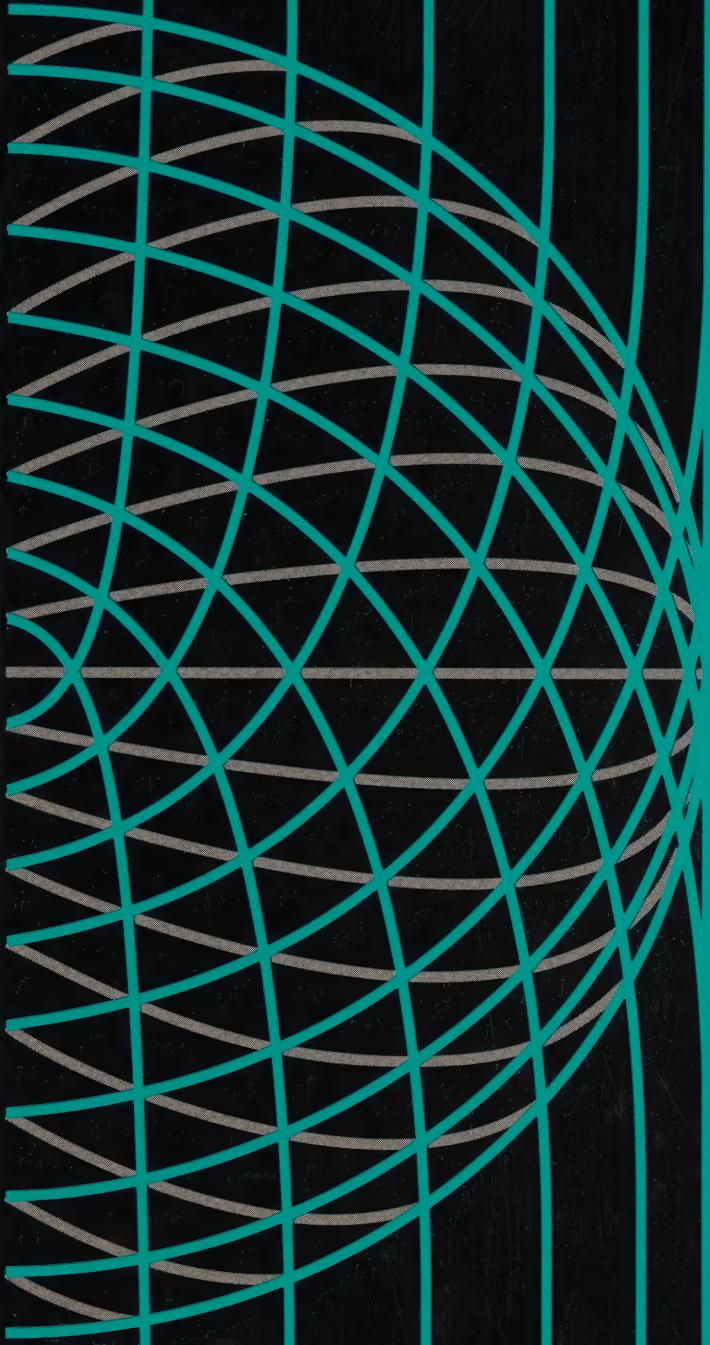
Distilleries

CAI
IST 1
-1991
D37

Government
Publications

I
N
D
U
S
T
R
Y

P
R
O
F
I
L
E



Industry, Science and
Technology Canada

Industrie, Sciences et
Technologie Canada

Business Service Centres / International Trade Centres

Industry, Science and Technology Canada (ISTC) and International Trade Canada (ITC) have established information centres in regional offices across the country to provide clients with a gateway into the complete range of ISTC and ITC services, information products, programs and expertise in industry and trade matters. For additional information contact any of the offices listed below.

Newfoundland

Atlantic Place
Suite 504, 215 Water Street
P.O. Box 8950
ST. JOHN'S, Newfoundland
A1B 3R9
Tel.: (709) 772-ISTC
Fax: (709) 772-5093

Prince Edward Island

Confederation Court Mall
National Bank Tower
Suite 400, 134 Kent Street
P.O. Box 1115
CHARLOTTETOWN
Prince Edward Island
C1A 7M8
Tel.: (902) 566-7400
Fax: (902) 566-7450

Nova Scotia

Central Guaranty Trust Tower
5th Floor, 1801 Hollis Street
P.O. Box 940, Station M
HALIFAX, Nova Scotia
B3J 2V9
Tel.: (902) 426-ISTC
Fax: (902) 426-2624

New Brunswick

Assumption Place
12th Floor, 770 Main Street
P.O. Box 1210
MONCTON, New Brunswick
E1C 8P9
Tel.: (506) 857-ISTC
Fax: (506) 851-6429

Quebec

Tour de la Bourse
Suite 3800, 800 Place Victoria
P.O. Box 247
MONTREAL, Quebec
H4Z 1E8
Tel.: (514) 283-8185
1-800-361-5367
Fax: (514) 283-3302

Ontario

Dominion Public Building
4th Floor, 1 Front Street West
TORONTO, Ontario
M5J 1A4
Tel.: (416) 973-ISTC
Fax: (416) 973-8714

Manitoba

8th Floor, 330 Portage Avenue
P.O. Box 981
WINNIPEG, Manitoba
R3C 2V2
Tel.: (204) 983-ISTC
Fax: (204) 983-2187

Saskatchewan

S.J. Cohen Building
Suite 401, 119 - 4th Avenue South
SASKATOON, Saskatchewan
S7K 5X2
Tel.: (306) 975-4400
Fax: (306) 975-5334

Alberta

Canada Place
Suite 540, 9700 Jasper Avenue
EDMONTON, Alberta
T5J 4C3
Tel.: (403) 495-ISTC
Fax: (403) 495-4507

Suite 1100, 510 - 5th Street S.W.
CALGARY, Alberta
T2P 3S2
Tel.: (403) 292-4575
Fax: (403) 292-4578

British Columbia

Scotia Tower
Suite 900, 650 West Georgia Street
P.O. Box 11610
VANCOUVER, British Columbia
V6B 5H8
Tel.: (604) 666-0266
Fax: (604) 666-0277

Yukon

Suite 301, 108 Lambert Street
WHITEHORSE, Yukon
Y1A 1Z2
Tel.: (403) 668-4655
Fax: (403) 668-5003

Northwest Territories

Precambrian Building
10th Floor
P.O. Bag 6100
YELLOWKNIFE
Northwest Territories
X1A 2R3
Tel.: (403) 920-8568
Fax: (403) 873-6228

ISTC Headquarters

C.D. Howe Building
1st Floor East, 235 Queen Street
OTTAWA, Ontario
K1A 0H5
Tel.: (613) 952-ISTC
Fax: (613) 957-7942

ITC Headquarters

InfoExport
Lester B. Pearson Building
125 Sussex Drive
OTTAWA, Ontario
K1A 0G2
Tel.: (613) 993-6435
1-800-267-8376
Fax: (613) 996-9709

Publication Inquiries

For individual copies of ISTC or ITC publications, contact your nearest Business Service Centre or International Trade Centre. For more than one copy, please contact

For Industry Profiles:

Communications Branch
Industry, Science and Technology
Canada
Room 704D, 235 Queen Street
OTTAWA, Ontario
K1A 0H5
Tel.: (613) 954-4500
Fax: (613) 954-4499

For other ISTC publications:

Communications Branch
Industry, Science and Technology
Canada
Room 208D, 235 Queen Street
OTTAWA, Ontario
K1A 0H5
Tel.: (613) 954-5716
Fax: (613) 954-6436

For ITC publications:

InfoExport
Lester B. Pearson Building
125 Sussex Drive
OTTAWA, Ontario
K1A 0G2
Tel.: (613) 993-6435
1-800-267-8376
Fax: (613) 996-9709

Canada



I N D U S T R Y P R O F I L E

1990-1991

DISTILLERIES

FOREWORD

In a rapidly changing global trade environment, the international competitiveness of Canadian industry is the key to growth and prosperity. Promoting improved performance by Canadian firms in the global marketplace is a central element of the mandates of Industry, Science and Technology Canada and International Trade Canada. This Industry Profile is one of a series of papers in which Industry, Science and Technology Canada assesses, in a summary form, the current competitiveness of Canada's industrial sectors, taking into account technological, human resource and other critical factors. Industry, Science and Technology Canada and International Trade Canada assess the most recent changes in access to markets, including the implications of the Canada-U.S. Free Trade Agreement. Industry participants were consulted in the preparation of the profiles.

Ensuring that Canada remains prosperous over the next decade and into the next century is a challenge that affects us all. These profiles are intended to be informative and to serve as a basis for discussion of industrial prospects, strategic directions and the need for new approaches. This 1990-1991 series represents an updating and revision of the series published in 1988-1989. The Government will continue to update the series on a regular basis.

Michael H. Wilson
Minister of Industry, Science and Technology
and Minister for International Trade

Structure and Performance

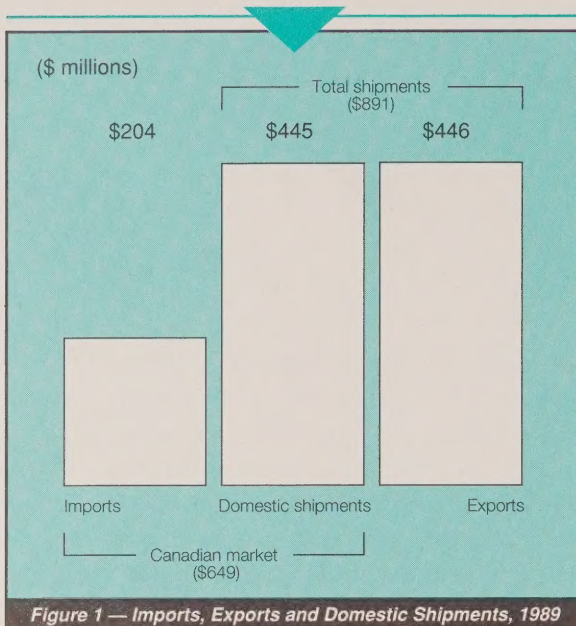
Structure

The Canadian distilling industry consists of establishments producing most types of distilled spirits, including Canadian whisky, rum, vodka, gin, liqueurs, brandy, spirits coolers, *eaux de vie* and basic ethyl alcohol. The products are categorized as either "dark goods," such as whisky, which require aging in wood and take on colour during the process, or "white goods," which may be aged but remain colourless. Canadian whisky is the most important product, since it accounts for more than 70 percent of the value of shipments and over 95 percent of exports. It is followed by rum and vodka, each of which account for approximately 10 percent of shipments.

In 1989, the most recent year for which a complete set of Statistics Canada data is available, the industry shipped product worth \$891 million from 25 establishments, and employed 3 997 people. Plants are located in all regions of Canada but are concentrated in Ontario and Quebec. The main production inputs to the distilling industry are grain and packaging.

The industry has a strong export orientation. In 1989, exports were worth an estimated \$446 million and imports amounted to \$204 million (Figure 1).

The industry is dominated by multinational companies: the Seagram Company (Joseph E. Seagram & Sons in Canada), Allied-Lyons (Hiram Walker and Corby), International Distillers and Vintners (Gilbey), Guinness (Schenley) and Bacardi. The parent companies of these firms have worldwide holdings that include other distilling and winery operations, other beverage operations and non-beverage related industries.



The distilling industry operates within a highly regulated environment. Both federal and provincial governments have a significant influence on its operations and profitability. The federal government controls aspects of plant layout, product standards and product labelling, along with levels of excise duty, federal sales tax and the price of grain inputs. Provincial governments maintain control over retailing and distribution of distilled spirits. They also influence the price and availability of distilled spirits in the marketplace through provincial markups, taxes and liquor board pricing policies. Both levels of government apply restrictions on advertising and promotion.

Performance

The performance of the Canadian distilling industry continues to be influenced by reduced demand, both domestically and in the U.S. market. Between 1980 and 1989, total alcohol consumption in Canada declined by almost 7 percent, or by 13.8 million LAB (litres of absolute alcohol). Consumption of distilled beverages declined at a greater rate. Per capita consumption of distilled beverages, based on the population aged 18 years and over, declined from 4.56 LAB to 3.24 LAB, or almost 30 percent over the same period.

Industry representatives attribute the reduction in total alcohol consumption to increases in rates of taxation and resultant price increases. Based on alcohol content, distilled spirits have a higher tax rate than other beverage alcohol. Federal excise duties for spirits are \$11.07 per LAB, compared with \$5.60 per LAB for beer with 5 percent alcohol and

\$4.27 per LAB for wine with 12 percent alcohol. Provincial taxes and markups magnify the impact of increases in federal levies because they are generally applied on an ad valorem basis to the delivered cost of the product, inclusive of federal duties and taxes. Other major factors contributing to the decline in per capita alcohol consumption were the effectiveness of drinking and driving campaigns as well as consumers' health and safety concerns.

Canadian whisky is the mainstay of the industry and continues to account for over 30 percent of the domestic market. In the decline of the spirits market, Canadian whisky experienced a loss of 7.5 percent of market share, compared with a loss of 3.4 percent for gin, the only other category in decline. Spirits coolers were introduced into the market in 1985. While initial sales grew rapidly, growth has slowed significantly and, in 1989, spirits coolers accounted for less than 2 percent of the market. This product category, however, increases exposure of a corporate name and provides consumers with an alternative beverage.

Investment by the industry in new machinery and equipment has been strong, due to the acquisition and rationalization activity that has been taking place. Operations have been consolidated and modernized to improve production and administrative efficiencies. Most of the rationalization has taken place in distilling operations, which are more capital intensive than bottling operations. In spite of the rationalization, current capacity utilization rates are only 52 percent of distilling capacity and 60 percent of bottling capacity. Nonetheless, this is a slight improvement over 1988 levels, when capacity utilization rates were less than 50 percent of distilling capacity.

The export market continues to be a vital component of the industry. Bulk rather than bottled whisky has traditionally accounted for about 60 percent of exports, with the United States being the major market. Exports have continued to increase. The strategy of developing internationally recognized brands and the attention paid to other markets has resulted in increased exports of bottled products to the European Community (EC) and Pacific Rim countries.

Imports, comprised mainly of Scotch whisky, liqueurs, brandy, gin and vodka, have been slowly gaining market share and accounted for 31 percent of the value of the Canadian market in 1989. Canadian distillers, through their international affiliations, are often import agents and marketers for major brands of spirits. Domestic companies benefit from revenues gained in this role.

Both domestically and internationally, the industry has chosen to consolidate its product lines, focus advertising and promotion expenditures on premium products and develop international brands. These actions have helped reduce

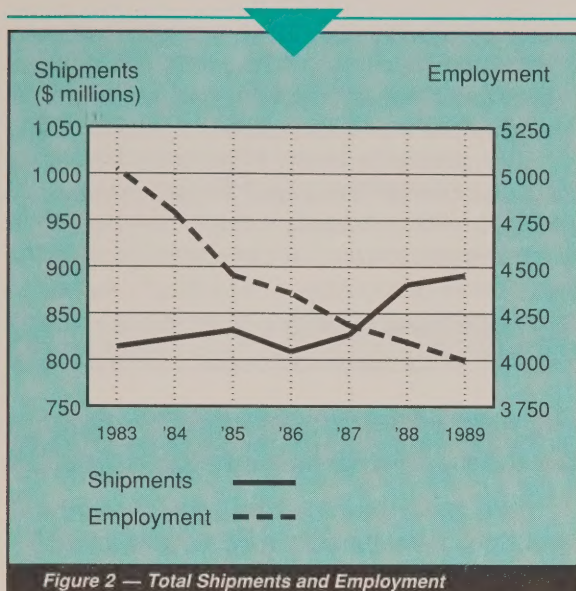


Figure 2 — Total Shipments and Employment

advertising expenditures by almost 5 percent, excluding expenditures on spirits coolers, and may account for the increased demand for, and exports of, bottled products. The combined influence of increased sales volumes because of acquisitions, a slower decline in year-to-year sales than experienced in the mid-1980s, and the impact of revenue derived from offshore and non-distilling operations have helped the industry maintain steady financial performance (Figure 2).

Strengths and Weaknesses

Structural Factors

Canadian distillers have a solid, worldwide reputation for quality, particularly for Canadian whisky. Canadian regulations require that all spirits, other than rum and brandy, be produced from cereal grain or cereal grain product.

The Canadian industry is competitive with other distillers, particularly its U.S. counterparts, in producing "dark goods." In contrast, "white goods" may be produced in the United States more economically as by-products of other grain-processing operations and because of less restrictive product standards.

Grain inputs, primarily corn, represent approximately 10 percent of the cost of production. The other major component is packaging material, which represents almost 40 percent of the cost of production. The industry is also sensitive to interest costs while the product is held in inventory, because a minimum of three years is required to age Canadian whisky.

Taxation levels and their impact on consumption continue to be a concern to the industry, which considers domestic taxation to be the major contributing factor in the decline in consumption of spirits. Taxes represent approximately 85 percent of the retail price of distilled spirits. Effective 1 January 1991, the 7 percent goods and services tax (GST) replaced the 19 percent federal manufacturers' sales tax levied on warehouse shipments, and an increase in excise levies was applied. Prior to this revision, domestic excise duties had not been increased since February 1986, although there had been increases in both the federal sales tax and provincial levies.

Since the overall consumption of alcohol is declining, firms in the distilling industry must compete for market share in a contracting market. Brand recognition is very important to the industry. However, the industry is limited in its promotional efforts in the domestic market because restrictions on advertising and promotion of distilled spirits are greater than those applied to competing beverages. Distribution, product availability and pricing are also restricted, since distilled spirits in Canada are sold only through provincial liquor control outlets.

The industry has capitalized on its successful promotion of premium brands abroad. Canadian whisky enjoys a quality reputation, particularly in the United States, where it is recognized as a distinctive product and is also perceived as "lighter" than competing whiskies. Insofar as the industry depends heavily on exports, it is quite sensitive to exchange rate fluctuations.

Trade-Related Factors

All countries levy tariffs on distilled spirit imports. Canadian tariffs are among the lowest in the world, ranging from \$0.20 per proof gallon for whisky to \$1.00 per proof gallon for rum. Some spirits not produced in Canada, such as tequila, enter duty-free. In accordance with the provisions of the Canada-U.S. Free Trade Agreement (FTA) implemented on 1 January 1989, whiskey and rum traded between the two countries enter each country duty-free. On other spirits, U.S. tariffs range from U.S.\$0.24 per proof gallon for Scotch and Irish whiskies to U.S.\$3.40 per proof gallon for some brandies. Relevant excise levies on imports, equivalent to those applied to domestically produced products, also apply in both countries.

Upon implementation of the FTA, Canada granted U.S. products national treatment for listing, distribution and price markups. In addition, Canada rescinded measures requiring blending of distilled spirits imported in bulk from the United States with domestically produced distilled spirits prior to bottling. Both countries granted reciprocal recognition of bourbon and Canadian whisky as distinctive products. Tariffs on whisky and rum were eliminated immediately and other tariffs



are being phased out in 10 annual steps. Relevant excise duties and taxes will continue to be applied by both countries.

Complex systems of tariffs and taxes are in effect in the EC and Pacific Rim countries. These tariffs, coupled with non-tariff barriers, effectively restrict entry to these countries.

Non-tariff barriers have a significant influence on world trade in distilled spirits. One of the critical elements of trade is whether the legislation of the importing country recognizes something as a distinctive product of the originating country. Such recognition offers protection from competition from adulterated or misrepresented products, adds to a product's prestige and augments marketing efforts. Canada recognizes bourbon as a distinctive product of the United States, and Scotch and Irish whiskies, cognac and Armagnac as distinctive products of the EC. Although Canadian whisky has gained this recognition in the United States, Canadian distillers have been seeking it worldwide, particularly in the EC.

In 1988, a General Agreement on Tariffs and Trade (GATT) panel found the pricing, distribution and retailing practices of provincial liquor boards to be inconsistent with international trading rules. Canada reached an agreement with the EC, the complainant, to end discriminatory practices and accord national treatment to the listing, distribution and price markups of distilled EC products. A special provision was made to allow for differential price markups for Ontario brandy sold in Ontario. This provision will be phased out by 1993. The elements of the agreement were later extended on a multilateral basis and now apply to distilled spirits imported from all of Canada's trading partners.

Technological Factors

The distilling industry in all countries uses traditional, mature technology. The Canadian distilling industry is as technologically sophisticated as its major competitors. It has access to new technologies worldwide through its intercorporate linkages with other distilling companies. Technology development is primarily carried out by production equipment suppliers, while distilling companies focus on product development.

Other Factors

The industry is not a major contributor to pollution. Its spent grains are sold as animal feed, and its production processes attempt to recover and redirect heat. Most spirits are not sold in single-serving containers the way many soft drinks and fruit juices are, so they do not pose a significant litter problem. Spirit containers are compatible with most consumer waste recovery systems. The distilling industry, like all food processing industries, is faced with the challenges of the National Packaging Protocol, a national initiative developed with the participation and co-operation of Canadian industry and

adopted by the Canadian Council of Ministers of the Environment in March 1990. The major aim of this protocol is to reduce by 50 percent the amount of packaging going to solid waste disposal by the year 2000, relative to the base year of 1988.

The distilled spirits industry in Canada was one of the first to incorporate the "Mobius loop," the symbol for recyclable products, on all of its packaging. Environmentally safe inks and dyes are used, and companies are continuing to take steps to reduce excess packaging. The industry is working with all the provinces to develop container return and recycling programs.

Evolving Environment

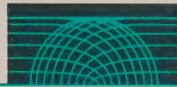
Public attitudes towards drinking and driving, health-related concerns over the consumption of alcohol, the aging of the population and concern over price levels will continue to dampen demand for distilled products in the North American market. This decrease in consumption is likely to dictate some further rationalization and consolidation in the industry. Production of Canadian whisky will continue to be a mainstay of the domestic industry.

In the domestic market, the industry has asked the Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC) to allow firms to advertise on television and other electronic media, from which the industry is currently excluded. Increased advertising would likely be in the form of public service messages to educate consumers about responsible attitudes towards alcohol consumption.

The recent increase in excise levies that accompanied the introduction of the GST will not likely have a major impact on the distilling industry, as the overall tax is expected to be revenue neutral. Changes in taxation at the licensee, or hospitality, level could increase prices to consumers. The impact of these increases upon "on premise" consumption, such as in restaurants and bars, is uncertain.

Exports will be crucial to providing industry growth. The United States will continue to be the major export market, although it too is experiencing a decline in the consumption of distilled spirits for many of the same reasons as in Canada. Since the FTA eliminated tariffs on whisky and rum immediately and is phasing out other tariffs in 10 annual, equal steps, it will have little new impact upon the industry.

The industry is focusing on global brands. There is a worldwide trend to lowering trade barriers, which will likely benefit Canadian exports of distilled products. The Pacific Rim countries of Japan and the Republic of Korea, where consumption of spirits is increasing, will become increasingly important.



The current round of the multilateral trade negotiations under the GATT could result in reduced tariffs and non-tariff barriers, which have impeded growth in some countries, including Japan and the Republic of Korea. Also being discussed are the broad issues of appellations and product recognition in relation to protection of intellectual property. The Canadian government will continue to press for a wider recognition of "Canadian whisky" as a distinctive product.

Competitiveness Assessment

The Canadian industry is part of the operations of some of the largest distilling companies in the world. These companies have both the market expertise and the financial resources to pursue opportunities as they arise. The industry is internationally competitive and will remain so, especially in the whisky market.

For further information concerning the subject matter contained in this profile, contact

Food Products Branch
Industry, Science and Technology Canada
Attention: Distilleries
235 Queen Street
OTTAWA, Ontario
K1A 0H5
Tel.: (613) 954-2934
Fax: (613) 941-3776



PRINCIPAL STATISTICS^a

	1973 ^b	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989
Establishments	31	32	32	30	31	26	25	25
Employment	6 209	5 027	4 790	4 454	4 358	4 187	4 096	3 997
Shipments (\$ millions)	433	814	823	832	809	827	881	891 ^c
GDP ^d (constant 1981 \$ millions)	377.7	300.2	276.2	270.2	237.4	226.4	234.2	251.2
Investment ^e (\$ millions)	22.4	17.9	14.4	15.1	21.4	22.4	26.6	21.2
Profits before tax and non-recurring items ^f (\$ millions)	140.1	224.8	94.5	123.3	59.6	90.2	N/A	N/A
(% of income)	32.3	27.6	11.5	14.8	7.4	10.9	N/A	N/A
Profits after tax ^f (\$ millions)	78.7	177.0	51.7	75.7	92.5	42.9	N/A	N/A
(% of income)	18.2	21.7	6.3	9.1	11.4	5.2	N/A	N/A

^aFor establishments, employment and shipments, see *Beverage and Tobacco Products Industries*, Statistics Canada Catalogue No. 32-251, annual (SIC 1121, distillery products industry).

^bData for this year are not strictly comparable with data for other years shown, due to changes in the definition of the industry that were introduced in the *Standard Industrial Classification, 1980*, Statistics Canada Catalogue No. 12-501.

^cSee *Monthly Survey of Manufacturing*, Statistics Canada Catalogue No. 31-001, monthly.

^dSee *Gross Domestic Product by Industry*, Statistics Canada Catalogue No. 15-001, monthly.

^eSee *Capital and Repair Expenditures, Manufacturing Subindustries, Intentions*, Statistics Canada Catalogue No. 61-214, annual.

^fSee *Corporation Financial Statistics*, Statistics Canada Catalogue No. 61-207, annual.

N/A: not available

TRADE STATISTICS

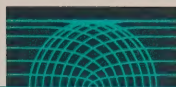
	1973 ^a	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989
Exports ^b (\$ millions)	232	354	388	363	360	367	440 ^d	446 ^d
Domestic shipments (\$ millions)	201	460	435	469	449	460	441	445
Imports ^c (\$ millions)	59	157	165	153	174	158	160	204
Canadian market (\$ millions)	260	617	600	622	623	618	601	649
Exports (% of shipments)	53.6	43.5	47.1	43.6	44.5	44.4	49.9	50.1
Imports (% of Canadian market)	22.7	25.4	27.5	24.6	27.9	25.6	26.6	31.4

^aData for this year are not strictly comparable with data for other years shown, due to changes in the definition of the industry that were introduced in the *Standard Industrial Classification, 1980*, Statistics Canada Catalogue No. 12-501.

^bSee *Exports by Commodity*, Statistics Canada Catalogue No. 65-004, monthly.

^cSee *Imports by Commodity*, Statistics Canada Catalogue No. 65-007, monthly.

^dExport data for 1988 and 1989 are derived from figures provided by the Association of Canadian Distillers.



SOURCES OF IMPORTS^a (% of total value)

	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989
United States	8	9	7	8	8	8	9
European Community	73	69	73	70	73	70	71
Asia	—	—	—	—	—	—	—
Other	19	22	20	22	19	22	20

^aSee *Imports by Commodity*, Statistics Canada Catalogue No. 65-007, monthly.

DESTINATIONS OF EXPORTS^a (% of total value)

	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989
United States	95	97	95	96	90	76	85
European Community	2	1	2	1	2	3	5
Asia	1	1	1	1	6	18	6
Other	2	1	2	2	2	3	4

^aSee *Exports by Commodity*, Statistics Canada Catalogue No. 65-004, monthly.

REGIONAL DISTRIBUTION^a (average over the period 1986 to 1988)

	Atlantic	Quebec	Ontario	Prairies	British Columbia
Establishments (% of total)	4	23	49	17	7
Employment (% of total)	X	26	61	X	X
Shipments (% of total)	X	24	64	X	X

^aSee *Beverage and Tobacco Products Industries*, Statistics Canada Catalogue No. 32-251, annual.

X: confidential



MAJOR FIRMS

Name	Country of ownership	Location of major plants
Corby Distilleries Limited	United Kingdom	Walkerville, Ontario
Gilbey Canada Inc.	United Kingdom	Toronto, Ontario Lethbridge, Alberta
Schenley Canada Inc.	United Kingdom	Valleyfield, Quebec
Joseph E. Seagram & Sons Limited	Canada	Montreal, Quebec Gimli, Manitoba
Hiram Walker Group	United Kingdom	Walkerville, Ontario Winfield, British Columbia

INDUSTRY ASSOCIATION

Association of Canadian Distillers
Suite 1100, 90 Sparks Street
OTTAWA, Ontario
K1P 5T8
Tel.: (613) 238-8444
Fax: (613) 238-3411

Printed on paper containing recycled fibres.





Imprimé sur du papier contenant des fibres recyclées.

ASSOCIATION DE L'INDUSTRIE

Association des distillateurs canadiens
90, rue Sparks, bureau 1100
OTTAWA (Ontario)
K1P 5T8
Tél. : (613) 238-8444
Télécopieur : (613) 238-3411

Nom	Pays	Emplacement des principaux établissements
Corby Distilleries Limited	Royaume-Uni	Walkerville (Ontario)
Gilbey Canada Inc.	Royaume-Uni	Toronto (Ontario)
Schenley Canada Inc.	Royaume-Uni	Lethbridge (Alberta)
Joseph E. Seagram et fils limitée	Canada	Montréal (Québec)
Hiram Walker Group	Royaume-Uni	Walkerville (Ontario)
		Winfield (Colombie-Britannique)

PRINCIPALES SOCIÉTÉS



^a Voir *Industries des boissons et du tabac*, n° 32-251 au catalogue de Statistique Canada, annuel.
X : confidentiel

Expéditions (% du total)	X	24	64	X	X
Emploi (% du total)	X	26	61	X	X
Etablissements (% du total)	4	23	49	17	7
	Atlantique	Québec	Ontario	Prairies	Colombie-Britannique

RÉPARTITION RÉGIONALE^a (moyenne de la période 1986-1988)

^a Voir *Exportations par marchandise*, n° 65-004 au catalogue de Statistique Canada, mensuel.

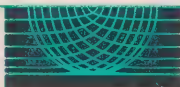
Autres	2	1	2	2	2	3	4
Asie	1	1	1	1	6	18	6
Communauté européenne	2	1	2	1	2	3	5
États-Unis	95	97	95	96	90	76	85
	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989

PROFIL DES EXPORTATIONS - 1986-1988

^a Voir *Importation par marchandise*, n° 65-007 au catalogue de Statistique Canada, mensuel.

Autres	19	22	20	22	19	22	20
Asie	—	—	—	—	—	—	—
Communauté européenne	73	69	73	70	73	70	71
États-Unis	8	9	7	8	8	8	9
	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989

PROFIL DES IMPORTATIONS - 1986-1988



PRINCIPALES STATISTIQUES^a

1973 ^b	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989
Établissements	31	32	30	31	26	25	25
Emploi	6 209	5 027	4 790	4 454	4 358	4 187	4 096
Expéditions (millions de \$)	433	814	823	832	809	827	881
PIB ^d (millions de \$ constants de 1981)	377,7	300,2	276,2	270,2	237,4	226,4	234,2
Investissements ^e (millions de \$)	22,4	17,9	14,4	15,1	21,4	22,4	26,6
Bénéfices avant impôts et données non récurrentes ^f (millions de \$)	140,1	224,8	94,5	123,3	59,6	90,2	n.d.
(% du revenu)	32,3	27,6	11,5	14,8	7,4	10,9	n.d.
Bénéfices après impôts ^f (millions de \$)	78,7	177,0	51,7	75,7	92,5	42,9	n.d.
(% du revenu)	18,2	21,7	6,3	9,1	11,4	5,2	n.d.

^a Pour les établissements, l'emploi et les expéditions, voir *Industries des boissons et du tabac*, no 32-251 au catalogue de Statistique Canada, annuel, CTI 1121 (industrie de la distillerie).

^b Les données de cette année ne sont pas exactement comparables avec les données des années ultérieures, à cause des modifications apportées à la définition de l'industrie dans la *Classification type des industries, 1980*, no 12-501 au catalogue de Statistique Canada.

^c Voir *Enquête mensuelle sur les industries manufacturières*, no 31-001 au catalogue de Statistique Canada, mensuel.

^d Voir *Produit intérieur brut par industrie*, no 15-001 au catalogue de Statistique Canada, mensuel.

^e Voir *Depenses d'immobilisations et de réparations, sous-industries manufacturières, perspective*, no 61-214 au catalogue de Statistique Canada, annuel.

^f Voir *Statistique financière des sociétés*, no 61-207 au catalogue de Statistique Canada, annuel.

n.d. : non disponible

STATISTIQUES COMMERCIALES

1973 ^a	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989
Exportations ^b (millions de \$)	232	354	388	363	360	367	440 ^d
Expéditions intérieures (millions de \$)	201	460	435	469	449	460	441
Importations ^c (millions de \$)	59	157	165	153	174	158	160
Marché canadien (millions de \$)	260	617	600	622	623	618	601
Exportations (% des expéditions)	53,6	43,5	47,1	43,6	44,5	44,4	49,9
Importations (% du marché canadien)	22,7	25,4	27,5	24,6	27,9	25,6	26,6
							31,4

^a Les données de cette année ne sont pas exactement comparables avec les données des années ultérieures, à cause des modifications apportées à la définition de l'industrie dans la *Classification type des industries, 1980*, no 12-501 au catalogue de Statistique Canada.

^b Voir *Exportations par marchandise*, no 65-004 au catalogue de Statistique Canada, mensuel.

^c Voir *Importation par marchandise*, no 65-007 au catalogue de Statistique Canada, mensuel.

^d Les données de 1988 et 1989 sur les exportations ont été calculées à partir des chiffres fournis par l'Association des distillateurs canadiens.

rapport de la protection de la propriété intellectuelle. Le gouvernement canadien continuera ses efforts en vue de faire reconnaître le whisky canadien comme produit distinctif.

Évaluation de la compétitivité

L'industrie canadienne de la distillerie s'intègre aux activités de quelques-unes des plus importantes entreprises de distillation du monde. Ces entreprises possèdent les compétences commerciales et les ressources financières nécessaires pour profiter des occasions qui se présentent. Cette industrie est compétitive sur le plan international et le demeurera, principalement sur le marché du whisky.

Pour plus de renseignements sur ce dossier, s'adresser à la

Direction générale des produits alimentaires
Industrie, Sciences et Technologie Canada

Objet : Distillerie

235, rue Queen

OTTAWA (Ontario)

K1A 0H5

Tél. : (613) 954-2934

Télocopieur : (613) 941-3776

Les attitudes du public face à l'ivresse au volant et aux

effets nocifs de l'alcool sur la santé, ainsi que le vieillissement de la population et l'augmentation des prix continueront de faire baisser la demande de spiritueux sur le marché nord-américain. Cette réduction de la consommation devrait inciter l'industrie à rationaliser et à consolider encore davantage ses activités. Le whisky canadien demeurera le produit de base de l'industrie nationale.

Sur le marché national, l'industrie a demandé au Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) d'autoriser les entreprises à faire la publicité de leurs produits à la télévision et dans les autres médias électroniques, d'où elles sont actuellement exclues. Cette publicité accrue révélerait sans doute la forme de messages incitant les consommateurs à adopter des attitudes responsables face à l'alcool.

L'augmentation récente des droits d'accise qui ont accompagné l'entrée en vigueur de la TPS n'auront probablement pas beaucoup d'incidence sur l'industrie de la distillerie, car, dans l'ensemble, la taxe devrait avoir un effet neutre sur le plan des recettes. La modification des taxes en ce qui concerne les détenteurs de permis (dans les secteurs de l'hébergement et de la restauration) pourrait se traduire par une augmentation des prix pour les consommateurs. L'impact de ces augmentations sur la consommation « sur place », comme dans les restaurants et les bars, demeure incertain.

L'exportation demeurera un facteur essentiel de la croissance. Le marché des États-Unis demeurera le plus important, même si on y constate un certain repli de la consommation des spiritueux, pour des causes analogues à celles qui sont observées au Canada parce que l'ALE a entraîné l'abolition immédiate des tarifs douaniers sur le whisky et le rhum, et l'élimination d'autres tarifs en 10 étapes annuelles et égales. Il aura peu d'autre effet sur l'industrie.

L'industrie se concentre sur les marques mondiales. Le monde entier cherche à abaisser les barrières douanières, ce qui profitera sans doute aux exportations canadiennes de spiritueux. Les pays du Littoral du Pacifique dont le Japon et la République de Corée, où la consommation est à la hausse, constitueront des marchés de plus en plus importants. La série actuelle des négociations commerciales multilatérales menées sous l'égide du GATT pourrait entraîner une baisse des barrières tarifaires et non tarifaires qui ont entravé la croissance des exportations vers certains pays, dont le Japon et la République de Corée. On discute également du problème des appellations et de la reconnaissance des produits sous le

qu'aux produits nationaux en ce qui concerne l'inscription au catalogue, la distribution et les marges commerciales. Une disposition spéciale a été prise autorisant des marges commerciales différentes pour le brandy ontarien vendu en Ontario. Cette disposition disparaîtra d'ici 1993. Les éléments de cette entente ont ensuite été intégrés à des ententes multilatérales et s'appliquent désormais aux spiritueux importés de tous les pays qui sont les partenaires commerciaux du Canada.

Facteurs technologiques

Dans tous les pays, les distillateurs utilisent des techniques traditionnelles mises au point depuis longtemps. L'industrie canadienne est aussi avancée technologiquement que ses principales concurrentes. Elle a accès aux nouvelles technologies mondiales grâce à ses relations avec d'autres distillateurs. Ce sont surtout les fournisseurs de matériel de production qui mettent au point de nouvelles techniques, alors que les distillateurs axent le gros de leurs efforts sur la mise au point de nouveaux produits.

Autres facteurs

L'industrie est peu polluante. Les résidus des céréales utilisés sont vendus pour l'alimentation animale, et les méthodes de production s'attachent à récupérer et à rediriger la chaleur. Seule une petite partie des spiritueux est vendue dans des bouteilles d'une seule portion comme le sont les boissons gazeuses et les jus de fruits. Les contenants ne contribuent donc guère à l'accumulation des déchets. Les bouteilles sont conformes à la plupart des systèmes de recyclage. L'industrie de la distillerie, comme toutes les industries de transformation des aliments, doit se plier aux exigences du Protocole national en matière d'emballage, initiative canadienne conçue avec la participation et la coopération de l'industrie, et adoptée en mars 1990 par le Conseil canadien des ministres de l'Environnement. Le principal objectif de ce protocole est de réduire de 50 %, d'ici l'an 2000, le volume des emballages constituant des déchets solides, à partir des données de 1988.

L'industrie canadienne des spiritueux a été l'une des premières à adopter le ruban de Möbius, le symbole des produits recyclables, sur la totalité de ses emballages. Elle utilise des encres et des teintures non polluantes, et les entreprises continuent de prendre des mesures pour réduire les emballages excessifs. L'industrie collabore avec toutes les provinces pour concevoir des programmes de récupération et de recyclage des contenants.

Le whisky et le rhum importés des États-Unis sont également admis en franchise, conformément aux dispositions de l'Accord de libre-échange entre le Canada et les États-Unis (ALE) entré en vigueur le 1^{er} janvier 1989. Les États-Unis imposent des tarifs allant de 0,24 \$ US le gallon d'alcool de preuve pour les whiskies écossais et irlandais à 3,40 \$ US pour certains brandies. Les deux pays imposent également des droits d'accise équivalant à ceux qui sont perçus sur les spiritueux distillés au pays.

Lors de l'entrée en vigueur de l'ALE, le Canada a consenti aux produits américains le même traitement qu'aux produits canadiens en matière d'inscription au catalogue, de distribution et de marges commerciales. En outre, le Canada a annulé les mesures exigeant que les spiritueux importés en vrac des États-Unis soient mélangés à des spiritueux fabriqués au Canada avant d'être embouteillés. Les deux pays ont reconnu le bourbon et le whisky canadien comme produits distinctifs. Les droits de douane sur le whisky et le rhum ont été abolis immédiatement et d'autres tarifs douaniers sont progressivement éliminés sur une période de dix ans. Les deux pays continueront d'appliquer les droits d'accise et les taxes appropriées.

Des barèmes complexes de droits de douane et de taxes sont en vigueur dans les pays de la CE et les pays du littoral du Pacifique. S'ajoutant aux barrières non tarifaires, ces droits res- treignent effectivement l'entrée de ces produits dans ces pays. Les barrières non tarifaires jouent un rôle important dans le commerce mondial des spiritueux. Un des éléments critiques est le fait que les lois du pays importateur reconnaissent ou non un produit particulier comme produit distinctif du pays producteur. Une telle reconnaissance évite que le produit ne soit confondu avec des produits falsifiés ou trompeurs, augmentant ainsi sa réputation et facilitant sa commercialisation. C'est ainsi que le Canada reconnaît le bourbon comme produit distinctif des États-Unis et les whiskies irlandais et écossais, le cognac et l'armagnac comme produits distinctifs de la CE. Même si le whisky canadien a obtenu cette reconnaissance aux États-Unis, les distillateurs canadiens briguent cette marque de distinction pour le whisky canadien dans le monde entier, particulièrement dans la CE.

En 1988, un comité du GATT a conclu que les méthodes utilisées par les règles provinciales des alcools en ce qui a trait à l'établissement des prix, à la distribution et à la vente au détail contrevenaient aux règlements du commerce international. Le Canada a conclu avec la CE, le plaignant, une entente visant à mettre un terme à ces mesures discriminatoires et à consentir aux produits de la CE le même traitement

Tous les pays imposent des droits de douane sur les importations de spiritueux, mais les droits canadiens sont parmi les plus bas du monde. Ils varient entre 0,20 \$ le gallon d'alcool de preuve pour le whisky et 1 \$ pour le rhum. Certains spiritueux qui ne sont pas fabriqués au Canada, comme le

Facteurs liés au commerce

L'industrie a beaucoup mise sur la promotion truciueuse des marques de prestige à l'étranger. Le whisky canadien est très renommé pour sa qualité, surtout aux États-Unis, où il est connu comme produit distinctif et perçu comme étant plus léger que les whiskies d'autres pays. Comme l'industrie est fortement tributaire des exportations, elle est sensible aux fluctuations des taux de change.

L'industrie a beaucoup mise sur la promotion truciueuse des marques de prestige à l'étranger. Le whisky canadien est très renommé pour sa qualité, surtout aux États-Unis, où il est connu comme produit distinctif et perçu comme étant plus léger que les whiskies d'autres pays. Comme l'industrie est fortement tributaire des exportations, elle est sensible aux fluctuations des taux de change.

Compte tenu de la diminution générale de la consommation d'alcool, les entreprises de distillation doivent se conquérir une place dans un marché en rétrécissement. La reconnaissance de la marque est un facteur très important. Toutefois, l'industrie est limitée dans ses campagnes de promotion sur le marché intérieur parce que les restrictions frappant la publicité et la promotion des alcools sont beaucoup plus sévères que celles qui touchent les boissons concurrentes. En outre, la distribution, la disponibilité et le prix des produits sont également contrôlés, les consommateurs canadiens ne pouvant acheter des spiritueux que dans les magasins des régions provinciales des alcools.

Compte tenu de la diminution générale de la consommation d'alcool, les entreprises de distillation doivent se conquérir une place dans un marché en rétrécissement. La reconnaissance de la marque est un facteur très important. Toutefois, l'industrie est limitée dans ses campagnes de promotion sur le marché intérieur parce que les restrictions frappant la publicité et la promotion des alcools sont beaucoup plus sévères que celles qui touchent les boissons concurrentes. En outre, la distribution, la disponibilité et le prix des produits sont également contrôlés, les consommateurs canadiens ne pouvant acheter des spiritueux que dans les magasins des régions provinciales des alcools.

Les niveaux des taxes et leur incidence sur la consommation continuent de préoccuper l'industrie, qui estime que ces taxes constituent la principale cause de la baisse de la consommation de spiritueux. Les taxes représentent approximativement 85 % du prix au détail des spiritueux. Depuis le 1^{er} janvier 1991, la taxe de 7 % sur les produits et services (TPS) a remplacé la taxe fédérale de 19 % sur les ventes des fabricants, laquelle était imposée sur les expéditions des entrepôts. Par ailleurs, les droits d'accise ont été augmentés. Avant cette révision, les droits d'accise intérieurs n'avaient pas augmenté depuis février 1986, même s'il y avait eu des hausses de la taxe de vente fédérale et des taxes provinciales.

Les niveaux des taxes et leur incidence sur la consommation continuent de préoccuper l'industrie, qui estime que ces taxes constituent la principale cause de la baisse de la consommation de spiritueux. Les taxes représentent approximativement 85 % du prix au détail des spiritueux. Depuis le 1^{er} janvier 1991, la taxe de 7 % sur les produits et services (TPS) a remplacé la taxe fédérale de 19 % sur les ventes des fabricants, laquelle était imposée sur les expéditions des entrepôts. Par ailleurs, les droits d'accise ont été augmentés. Avant cette révision, les droits d'accise intérieurs n'avaient pas augmenté depuis février 1986, même s'il y avait eu des hausses de la taxe de vente fédérale et des taxes provinciales.

pendant au moins trois ans.

Les céréales utilisées comme matières premières, surtout le maïs, comptent pour environ 10 % des coûts de production. L'autre grand élément est l'emballage, qui représente près de 40 % des coûts de production. L'industrie souffre également d'avoir à payer des intérêts pendant que les produits dorment dans les caves, parce que le whisky canadien doit vieillir pendant au moins trois ans.

Les niveaux des taxes et leur incidence sur la consommation continuent de préoccuper l'industrie, qui estime que ces taxes constituent la principale cause de la baisse de la consommation de spiritueux. Les taxes représentent approximativement 85 % du prix au détail des spiritueux. Depuis le 1^{er} janvier 1991, la taxe de 7 % sur les produits et services (TPS) a remplacé la taxe fédérale de 19 % sur les ventes des fabricants, laquelle était imposée sur les expéditions des entrepôts. Par ailleurs, les droits d'accise ont été augmentés. Avant cette révision, les droits d'accise intérieurs n'avaient pas augmenté depuis février 1986, même s'il y avait eu des hausses de la taxe de vente fédérale et des taxes provinciales.

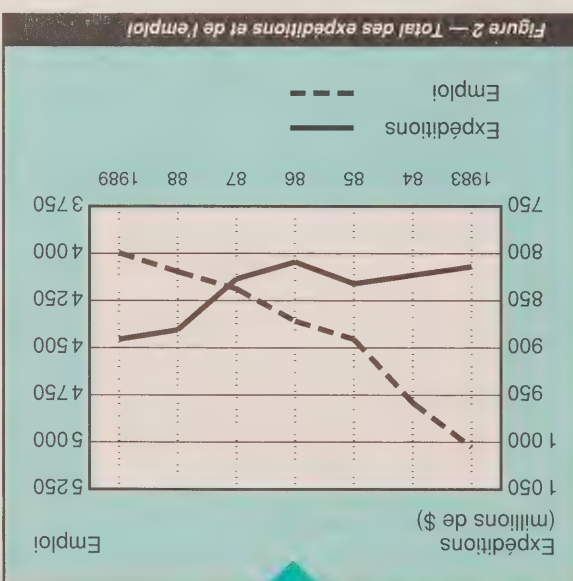
L'industrie canadienne est compétitive, surtout par rapport aux États-Unis, en ce qui concerne la production d'alcools « colorés ». En revanche, les alcools « blancs » peuvent être fabriqués aux États-Unis de manière beaucoup plus économique, comme dérivés d'autres activités de transformation des céréales, et en raison de normes de qualité moins sévères.

Les distilleries canadiennes sont mondialement réputées pour la qualité de leurs produits, particulièrement le whisky. La réglementation canadienne stipule que tous les spiritueux, sauf le rhum et le brandy, doivent être fabriqués à base de céréales ou de produits céréaliers.

Facteurs structurels

Forces et faiblesses

Sur le marché intérieur comme sur le marché international, les entreprises nationales bénéficient des recettes ainsi suscitées. Les nationales, agissent souvent comme agents d'importation et de commercialisation pour les grandes marques de spiritueux. Les produits de qualité supérieure, et de développer des marques internationales. Cela lui a permis de réduire ses dépenses publicitaires de près de 5 % (ce qui ne comprend pas les dépenses engagées pour les parachutes à base de spiritueux) et a peut-être été la cause de l'augmentation de la demande et des exportations de produits embouteillés. Une combinaison de facteurs comme l'augmentation du volume des ventes, due aux acquisitions, le ralentissement de la baisse des ventes annuelles par rapport aux baisses enregistrées au milieu des années 1980, et les recettes provenant des activités outre-mer et des activités ne touchant pas la distillation, a permis à l'industrie de maintenir son rendement financier (figure 2).



entraînées. Sur la base de la teneur en alcool, les spiritueux

sont soumis à des taxes plus élevées que toutes les autres boissons alcoolisées. Les droits d'accise sur les spiritueux sont de 11,07 \$ par LAB, contre 5,60 \$ par LAB pour la bière contenant 5 % d'alcool et 4,27 \$ par LAB pour le vin contenant 12 % d'alcool. Les taxes et les marges bénéficiaires

provinciales amplifient l'effet des hausses des taxes fédérales, car elles sont généralement calculées en fonction de la valeur du produit livré, taxes et droits fédéraux inclus. Parmi les autres grands facteurs qui ont contribué au recul de la consommation d'alcool par habitant, mentionnons l'efficacité des campagnes contre l'alcool au volant de même que la préoccupation des consommateurs à l'égard de la santé et de la sécurité.

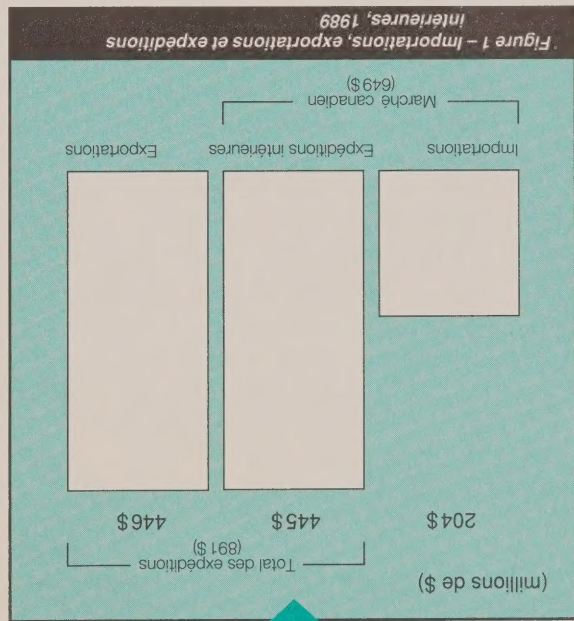
Le whisky canadien, le produit de base de cette industrie, continue de représenter plus de 30 % du marché intérieur.

Dans le recul général du marché des spiritueux, le whisky canadien a accusé une perte de 7,5 % de sa part du marché, contre 3,4 % pour le gin, le seul autre alcool à afficher une baisse. Les panachés à base de spiritueux ont fait leur entrée sur le marché en 1985. Même si leurs ventes ont d'abord connu un essor rapide, leur croissance s'est considérablement ralentie et en 1989, ces panachés représentaient moins de 2 % du marché. Cette catégorie de produits donne toutefois plus de notoriété à une marque et offre aux consommateurs un choix supplémentaire.

Les investissements de cette industrie dans de nouvelles machines et du nouveau matériel ont été importants, à cause des acquisitions et des activités de rationalisation. Les installations ont été regroupées et modernisées afin d'améliorer les techniques de production et l'administration. La majeure partie des opérations de rationalisation s'est produite dans le sous-secteur de la distillation qui est plus capitalistique que l'embouteillage. En dépit de cette rationalisation, les taux d'utilisation de la capacité ne sont actuellement que de 52 % dans le sous-secteur de la distillation et de 60 % dans celui de l'embouteillage. Néanmoins, il s'agit là d'une légère hausse par rapport aux niveaux de 1988, alors que les taux d'utilisation étaient inférieurs à 50 % dans la distillation.

Les exportations demeurent un élément capital de cette industrie. Le whisky en vrac plutôt qu'embouteillé représente généralement près de 60 % des exportations, les États-Unis en absorbant la majeure partie. Les exportations ont continué de gagner du terrain. La stratégie qui consiste à donner une notoriété internationale à certaines marques et l'attention accordée à d'autres marchés se sont traduites par une augmentation des exportations de produits embouteillés vers la Communauté européenne (CE) et les pays du Littoral du Pacifique.

Les importations, essentiellement du whisky écossais, des liqueurs, du brandy, du gin et de la vodka, gagnent lentement du



La distillerie est une industrie très réglementée. Les gouvernements fédéral et provinciaux exercent une influence profonde sur ses opérations et sa rentabilité. La réglementation fédérale régit l'aménagement des distilleries, les normes de qualité, l'étiquetage, les droits d'accise et les taxes de vente fédérales, de même que le prix des céréales qui constituent la matière première. Les gouvernements provinciaux contrôlent la distribution et la vente au détail des spiritueux. Ils influent également sur leur prix et leur disponibilité par les marges bénéficiaires qu'ils s'octroient, ainsi que par les taxes et les prix pratiqués par leurs régies des alcools. Les deux ordres de gouvernement limitent la publicité et la commercialisation.

Rendement

Le rendement de l'industrie canadienne de la distillerie continue d'être affecté par une diminution de la demande, aussi bien à l'échelon national qu'aux États-Unis. Entre 1980 et 1989, la consommation totale d'alcool au Canada a baissé de près de 7 %, soit de 13,8 millions de litres d'alcool absolu (LAB). La consommation de boissons distillées a connu un repli encore plus important. La consommation de boissons distillées par habitant, basée sur la tranche de population âgée de plus de dix-huit ans, est passée au cours de cette période de 4,56 à 3,24 litres d'alcool absolu, soit une baisse de près de 30 %.

Selon les représentants de l'industrie, la baisse de la consommation globale d'alcool s'explique par l'augmentation des taux d'imposition et les hausses de prix que celle-ci a

DISTILLERIE

AVANT-PROPOS

Étant donné l'évolution rapide du commerce international, l'industrie canadienne doit pouvoir soutenir la concurrence si elle veut connaître la croissance et la prospérité. Favoriser l'amélioration du rendement de nos entreprises sur les marchés du monde est un élément fondamental des mandats confiés à l'Industrie, Sciences et Technologie Canada et à Commerce extérieur Canada. Le profil présenté dans ces pages fait partie d'une série de documents grâce auxquels Industrie, Sciences et Technologie Canada procède à l'évaluation sommaire de la position concurrentielle des secteurs industriels canadiens, en tenant compte de la technologie, des ressources humaines et de divers autres facteurs critiques. Les évaluations d'Industrie, Sciences et Technologie Canada et de Commerce extérieur Canada tiennent compte des nouvelles conditions d'accès aux marchés de même que des répercussions de l'Accord de libre-échange entre le Canada et les États-Unis. Pour préparer ces profils, le Ministère a consulté des représentants du secteur privé.

Veiller à ce que tout le Canada demeure prospère durant l'actuelle décennie et à l'orée du vingt-et-unième siècle, tel est le défi qui nous sollicite. Ces profils, qui sont conçus comme des documents d'information, seront à la base de discussions solides sur les projections, les stratégies et les approches à adopter dans le monde de l'industrie. La série 1990-1991 constitue une version revue et corrigée de la version parue en 1988-1989. Le gouvernement se chargera de la mise à jour régulière de cette série de documents.

Michael H. Wilson
 Michael H. Wilson
 Ministre de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie
 et ministre du Commerce extérieur

Structure et rendement

Structure

L'industrie canadienne de la distillerie regroupe les établissements distillant la plupart des espèces de spiritueux, notamment le whisky canadien, le rhum, la vodka, le gin, les liqueurs, le brandy, les panachés à base de spiritueux, les eaux de vie et l'alcool éthylique pur. Les spiritueux sont classés en deux catégories : les alcools « colorés » comme le whisky, mis à vieillir dans des fûts en bois et qui prennent leur teinte ambree durant le processus, et les alcools « blancs », qui peuvent être soumis au vieillissement mais qui demeurent incolores. Le whisky canadien est le plus important produit de ce secteur : il compte pour plus de 70 % de la valeur des expéditions et pour plus de 95 % des exportations. Il est suivi du rhum et de la vodka, qui représentent chacun environ 10 % des expéditions.

En 1989, l'année la plus récente pour laquelle on dispose d'une série complète de données de Statistique Canada, cette industrie a expédié pour 891 millions de dollars de produits provenant de 25 établissements. On y dénombrait 3 997 emplois. Les distilleries se trouvent partout au Canada, mais surtout en Ontario et au Québec. L'industrie des spiritueux utilise de grandes quantités de céréales et de cartons d'emballage. Cette industrie est à forte vocation exportatrice. En 1989, les exportations étaient évaluées à 446 millions de dollars et les importations à 204 millions de dollars (figure 1). L'industrie est dominée par des multinationales : la Société Seagram (Joseph E. Seagram et fils au Canada), Allied-Lyons (les marques Hiram Walker et Corby), International Distillers and Vintners (Gilbey), Guinness (Schenley) et Bacardi. Leurs sociétés mères exercent leurs activités à l'échelle mondiale dans l'industrie vinicole, la distillation, les boissons non alcoolisées et dans d'autres industries non liées aux boissons.

Industrie, Sciences et Technologie Canada (ISTC) et Commerce extérieur Canada (CEC) ont mis sur pied des centres d'information dans les bureaux régionaux de tout le pays. Ces centres permettent à leur clientèle de se renseigner sur les services, les documents d'information, les programmes et l'expérience professionnelle disponibles dans ces deux Ministères en matière d'industrie et de commerce. Pour obtenir de plus amples renseignements, veuillez communiquer avec l'un ou l'autre des bureaux dont la liste apparaît ci-dessous.

NOUVEAU-BRUNSWICK

C.P. 8950
ST. JOHN'S (Terre-Neuve)
MONCTON (Nouveau-Brunswick)
C.P. 1210

ATB 3P9
Tel.: (709) 772-ISTC
E1B 8P9
Tel.: (506) 857-ISTC

Québec

134, rue Kent, bureau 400
C.P. 1115
MONTREAL (Quebec)
C.P. 247

CHARLOTTETOWN
(Île-du-Prince-Édouard)

C1A 7M8
Tel.: (902) 566-7400

Dominion

1, rue Front ouest, 4^e étage
TORONTO (Ontario)

C.P. 940, succursale M.
HALIFAX (Nouvelle-Écosse)

B3J 2V9
Tel.: (902) 426-1STC

Manitoba

C.F. 11010
VANCOUVER
(Colombie-Britannique)

WINNIPEG (Manitoba)
R3C 2V2

Tel.: (204) 983-1510
Télécopieur: (204) 983-2187

Colombie-Britannique

Scotia Tower
650, rue Georgia ouest,
Télécopieur: (613)
Tél.: (613) 952-1511

bureau 900
C.P. 11610

VANCOUVER
(Colombie-Britannique)

Adminis
DISTC

Edifice C.D. Howe
235, rue Queen

1er étage, four Est
OTTAWA (Ontario)

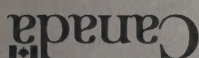
K1A OH5
Tel.: (613) 952-151C

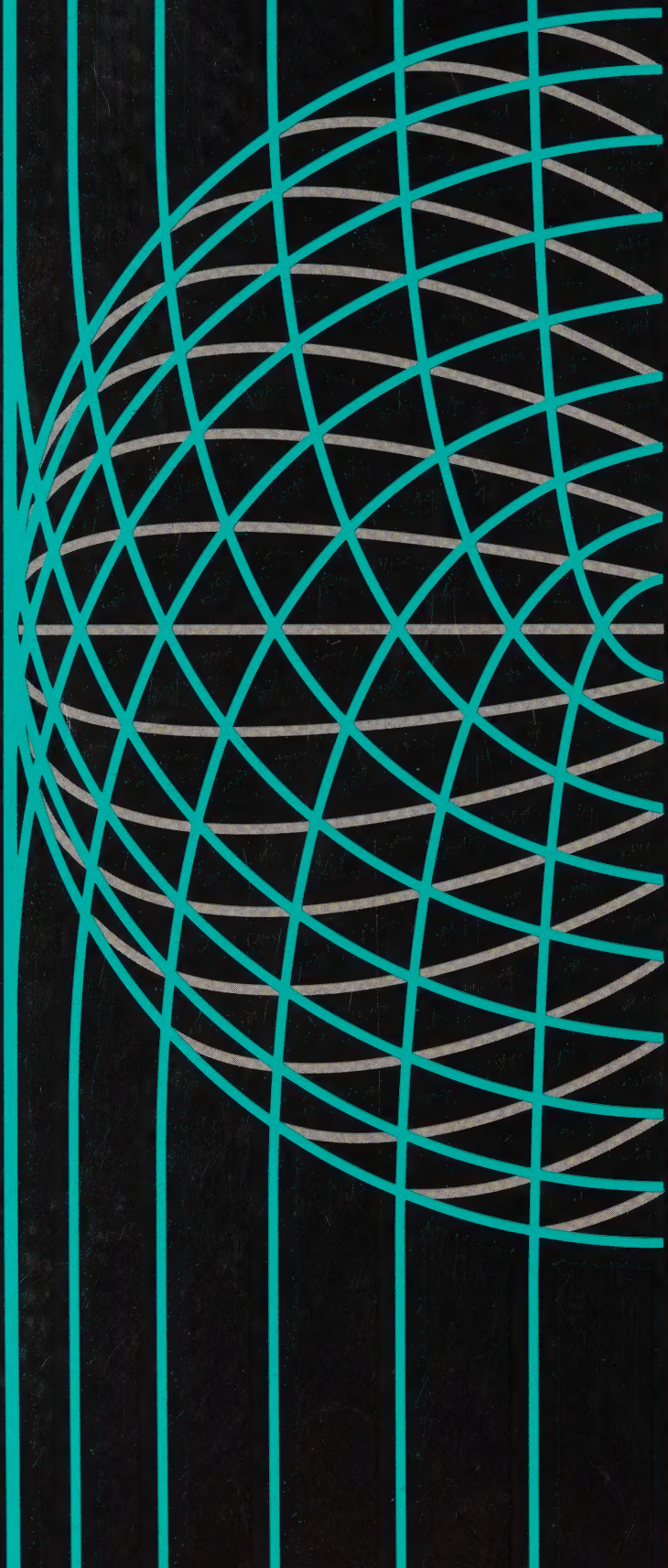
Administrative

InfoExport
Editrice Lester B. Pearson

125, promenade Sussex
OTTAWA (Ontario)

K1A 0G2
Tel.: (613) 993-6435





Distilleries

